

The FANCL logo is positioned in the upper right corner of the page. It consists of the word "FANCL" in a bold, uppercase, sans-serif font. The background of the entire page is a light blue gradient with a pattern of water droplets and bubbles, primarily concentrated on the left side.

# FANCL

ファンケルグループ

ファンケルレポート2012

## ファンケルグループ経営理念

# 「もっと何かできるはず」

「人間大好き企業」のファンケルグループは、  
世の中の「不」の解消を目指し、安心・安全・やさしさを追求します。  
常にお客様の視点に立ち、  
「お客様に喜んでいただくこと」をすべての基準とします。

新たなコーポレートロゴを制定しました。

# FANCL

ファンケルが掲げる新たなコーポレートロゴのテーマは  
ジェニシス——原点を見つめ進化すること。  
革新、研究、安心、愛、自然、喜び、感動…  
FANCLが誕生した原点にたち戻り、  
より美しさを予感させる女性的なデザイン。  
上質で知的な感覚と、  
内から放たれる美の輝きを引き出すブランド力をイメージし、  
たてに伸びる美しい曲線は、  
水を吸い上げる力を表現しています。

## CONTENTS

社長メッセージ .....	1
ファンケルの事業 .....	2
ファンケルグループのこだわり .....	4
ファンケルグループの経営の基盤 .....	6
ファンケルグループのCSR活動 .....	7
お客様とのつながり .....	8
株主様とのつながり／お取引先様とのつながり .....	11
従業員とのつながり .....	12
社会とのつながり .....	13
地球環境とのつながり .....	14
主な寄付活動報告 .....	16
第三者意見 .....	16
ファンケルグループの概要 .....	17

## 社長メッセージ

### 「不」の解消への飽くなき追求

“世の中の不安や不便などの「不」を解消したい”

ファンケルは1980年の創業以来、常にこの想いを胸に、事業を続けてきました。事業の中心である化粧品はもちろんのこと、健康事業においても、この想いは変わりません。すべてのお客様に対して「もっと何かできるはず」という問題意識をもつ一歩のような時代を迎えても、私たちはこの考えを貫き、事業を続けていく所存です。

### 「無添加の価値」を正しく伝えるために

2012年、ファンケルは化粧品事業においてブランドを進化させるべく「リブランディング宣言」を行いました。これには「『無添加の価値』を、もっと正しくお客様に伝えたい」という私自身の強い想いが込められています。

今後は、3月に策定した「中期三ヵ年経営計画」のもと、化粧品事業に加え、健康事業の再構築や海外事業の新たな展開などにも着手していく考えです。これらの経営計画をしっかりと遂行し、持続的な成長のための礎をつくりたいと思います。

### 目指すものは、ステークホルダーからの信頼獲得

ファンケルの誇りは、多くのお客様が「ファンケルの商品がなければ困る」と言ってくださることです。こうしたお客様を増やすことが、私たちにとっての大きな課題です。

お客様と日々接するのはファンケルの従業員です。明るく健全な職場環境があれば、そこから価値ある商品やサービスが生まれ、地域社会との良好な関係や環境への配慮が生まれます。こうした想いから、私は従業員の職場環境の整備に力を注いでいます。

私たちは今後も、従業員を含めたすべてのステークホルダーからの信頼獲得に向け、一層の努力を続ける所存です。



代表取締役社長

成松義文

# 化粧品事業、健康事業の新たな展開

化粧品事業、健康事業それぞれで、事業ブランドを進化させます

化粧品事業の新たな展開—新たなブランドへのリブランディング宣言—

ファンケルは2012年3月、新たな化粧品事業の長期ビジョンとして、「無添加のノウハウ」を訴求価値の中核に据え、「グローバル・プレミアム・ブランド」としての地位の確立を目指し、スタートを切りました。

## 化粧品事業のブランドステートメントを新たに制定

—すべての女性を美しくしたい—

この強い思いから、“美のための成分以外は一切ない”という、無添加の本質を表現したブランドステートメントを制定しました。

## Nothing but Beauty

<ブランドステートメントに込めた思い>

キレイになるための化粧品に、

キレイをさまたげるものがあるはいけない。

FANCLは、すべての女性を美しくしたいという思いから、

徹底した肌ストレスフリーを追求し、

生涯にわたる美肌の実現に向け、進化し続けます。

Nothing but Beauty～真の美しさを、あなたの肌へ～

FANCLから、美しくなりたいすべての女性たちへの約束です。



## Beauty (化粧品事業)

「無添加だから美しくなれる」という価値を中核に据え、  
「グローバル・プレミアム・ブランド」としての地位を確立します

リブランディング宣言とともに、ファンケルの化粧品事業  
は新たなステージを迎えました。

創業以来一貫して取り組んできた無添加化粧品の研究—  
ファンケルの無添加は今、『純化』という新しいチカラを得  
て生まれ変わりました。

「無添加だから美しくなれる」という価値を中核に据え、  
ファンケルの化粧品事業は、「グローバル・プレミアム・ブ  
ランド」としての地位の確立を目指しています。

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/beauty/>をご覧ください。



## Health (健康事業)

生涯にわたる健康づくりのパートナーとして、  
お客様一人ひとりの「Good Aging」に取り組めます

ファンケルの健康事業は、今後、新たな局面を迎えます。

生涯にわたる健康づくりのパートナーとして、心身とも  
により良い状態が続く「Good Aging」をかなえるための  
商品やサービスを提供し、お客様一人ひとりが望む健康の  
あり方を実現していきます。

2013年1月には、健康事業(栄養補助食品事業、青汁事業、  
発芽米事業)のブランドネームを「FANCL Health Science」  
に変更し、事業の再構築を図る予定です。

今後は、科学的根拠に基づく確かな効果と健康への高い  
専門性をこれまで以上に発揮し、サプリメント市場の拡大を  
リードしていきます。

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/health/>をご覧ください。



全ての事業の詳細な情報は

☞ <http://www.fancl.jp/company/about/business/>をご覧ください。

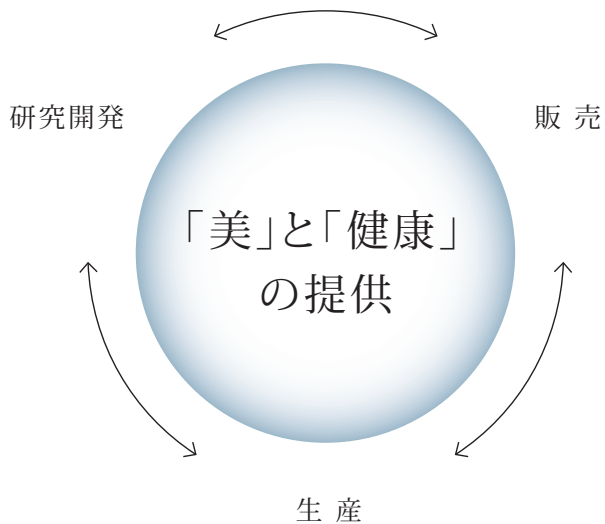


## ファンケルグループのこだわり

事業活動のあらゆるシーンで、世の中の「不」の解消のために取り組んでいます

研究開発から生産、販売までの一貫体制をもつこと—それがファンケルグループの強みにつながっています。

経営理念に掲げる「不」の解消は、研究開発から生産、販売に至るまでの、日々の事業活動のなかに深く根ざしています。



### 研究開発

「不」の解消は、「常識を覆す発想」や「最先端技術」から始まります



総合研究所での実験

### 2011年度の主な研究成果

内容	社外発表	関連商品
2011年4月 アトピー性皮膚炎患者における新規オリゴマーエステル配合油性保湿剤の有効性	第110回 日本皮膚科学会総会	無添加FDRライン
2011年9月 美白の新たなメカニズムを解明 シミ形成に関する肌タンパク「MIF」を抑制	第21回 IPCC (21st International Pigment Cell Conference)	無添加ホワイトニングライン
線虫を用いた抗老化素材コウバクニクジュヨウの寿命延長評価	第58回日本生薬学会	百年の健人—コウバクニクジュヨウ—
2011年11月 ケール青汁の摂取が骨代謝へ与える影響を検証	アメリカ骨代謝学会 (ASBMR2011)	青汁
2012年1月 主食のお米の違いが肥満者の健康リスクに及ぼす影響	第46回日本成人病 (生活習慣病) 学会	発芽米
2012年3月 抗老化素材シリピン配糖体の皮膚内分布と機能性評価	日本薬学会 第132年会	無添加BCライン
CoQ10/D型乳化組成物を充填した液体ハードカプセル製剤による吸収改善	日本薬学会 第132年会	コエンザイムQ10

## 世界に広がるファンケルブランド

1996年に始まった海外展開は、アメリカ・シンガポール・台湾・中国(香港・マカオ含む)を経て世界へ広がっています。

今後もすべての事業において、お客様に感動していただけるような独自性のある「商品」と「サービス」を展開し、世界へと発信していきます。



シンガポール 11店舗

伊勢丹スコット店

## 生産（製造管理）

最高レベルの生産環境と厳格な品質保証体制で、こだわりの商品をつくり上げます



新スキンケアの製造ライン

原料レベルから生産・出荷に至るまで、独自の厳しい基準で何段階もの検査をクリアし、こだわりぬいた品質の商品だけお届けしています。お客様の安全を考え、信頼にお応えするために、ファンケルグループでは最高レベルの生産環境と厳格な品質保証体制を整えています。

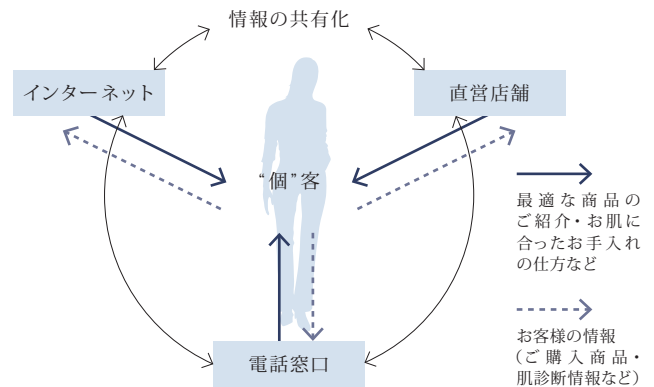
例えば化粧品事業では、医薬品製造レベルの環境をもつ自社工場を完備しています。

栄養補助食品、青汁などといった健康事業においても、安全で安心なものをお届けするために、万全の品質管理体制を敷いています。

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/laboratory/manufacture/> をご覧ください。

## 販売

チャネルシームレスな販売環境を構築し、さらなるパーソナル対応を実現します



通信販売事業からスタートしたファンケルは、全国47都道府県での直営店舗販売、流通市場への卸売販売、Web上でのインターネット販売へと販路を拡大し、お客様との接点を多様化させてきました。

今後は、ファンケルグループの強みである複数の直営販売チャネルを活かして、チャネルシームレスな販売環境を構築します。具体的には、ご利用いただいた履歴、ご購入商品やカウンセリング、肌診断をされた情報を踏まえ、お客様ごとのニーズを把握し、どのチャネルでも一人ひとりのお客様に対して、最適なタイミングで最適な商品のご紹介やお肌に合ったお手入れの仕方、商品の効果的な使い方をきめ細かく提供していくことで、お客様にとって無添加化粧品が価値のあるものとなるように、アプローチを進化させます。



台湾 19店舗

SOGO 忠孝館



中国 185店舗  
(香港・マカオ含む)

大鐘寺王府井百貨

(店舗数は2012年3月31日現在)  
boscia (ボージャ)  
(アメリカだけで展開しているオリジナルブランド)



The Black Collection

アメリカ 1,012店舗  
(boscia導入の化粧品専門店等実績)

## ファンケルグループの経営の基盤

より詳細な情報についてはWebに掲載しています。

<http://www.fancl.jp/company/csr/management/>

### コーポレート・ガバナンス

ファンケルグループでは、株主様をはじめとするすべてのステークホルダーからより信頼される企業となるため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営上の重要な課題として位置づけています。

また企業倫理を遵守し、遵法を徹底するとともに、リスク管理体制を含めた内部統制システムを整備し、経営の効率性、透明性を確保することを基本方針としています。

### コンプライアンス

法令や社内規程を守り、クリーンで責任ある行動をとるために、ファンケルグループでは、コンプライアンス基準を定めています。従業員一人ひとりの言動が企業の社会的評価につながることを常に意識し、この基準に則り行動することによって、CSR活動を全うしていきたいと考えています。

### 人権の尊重・差別の禁止

老若男女の区別なく、すべての従業員が長く快適に働き、活躍できる環境づくりのため、ファンケルグループは、個人の成長と会社の成長を結びつけた人事制度を導入しています。

新入社員研修では、すべての活動の基本となる「人権」に関して徹底的に学ぶ機会を設けるほか、全従業員にセクシャルハラスメントやパワーハラスメントの講習会を開催しています。

### グループ会社

(2012年6月1日現在)

#### [製造・販売]

##### 株式会社アテナア(連結子会社)

高品質でリーズナブルな化粧品の開発および販売を行っています。



最新の技術と贅沢な美容成分を惜しみなく配合したアテナ化粧品

##### 株式会社ファンケル発芽玄米(連結子会社)

発芽米の製造を行っています。

##### 株式会社ファンケル美健(連結子会社)

横浜、千葉、滋賀の3工場で、化粧品と医薬部外品、栄養補助食品を製造しています。

##### ニコスタービューテック株式会社(連結子会社)

化粧品と医薬部外品の開発および受託製造を行っています。

##### 株式会社グリーンヒル(持分法非適用関連会社)

青汁の製造を行っています。

#### [サービス]

##### 株式会社ノイエス(連結子会社)

無添加エステをはじめとした施術メニューにより素肌美を提供するエステティックサロンを運営しています。



##### 株式会社ファンケルスタッフ(非連結子会社)

派遣事業など人材サービスを提供しています。

##### 株式会社ファンケルスマイル(特例子会社)

障がい者の雇用を促進し、カタログ類のセットアップなどを行っています。

##### 株式会社ファンケル保険サービス(非連結子会社)

損害保険代理業務、生命保険の募集に関する業務を行っています。

##### 株式会社品質安全研究センター(非連結子会社)

食品分析や化粧品分析を行っています。

#### [販売(海外)]

##### FANCL ASIA (PTE) LTD(連結子会社)

アジア・太平洋地域全般の販売を統括しています。

##### FANCL INTERNATIONAL, INC.(非連結子会社)

米国において化粧品・栄養補助食品の販売をしています。

##### 台湾芳珂股份有限公司(非連結子会社)

台湾において化粧品・栄養補助食品の販売をしています。

##### 艾天然化粧品(上海)有限公司(非連結子会社)

中国においてアテナ化粧品の販売をしています。



# ファンケルグループのCSR活動

## お客様とのつながり

お客様への想い、商品へのこだわり ▶ page 8

お客様の立場にたった接客・応対 ▶ page 9

安心・安全な商品をお届けする ▶ page 10

## 地球環境との つながり

再生可能エネルギーの  
普及や水資源の確保に  
取り組む

▶ page 14

企業と家庭の双方が  
進めるユニークな  
エコ活動

▶ page 15

## 社会との つながり

従業員参画型の  
社会貢献活動を推進

▶ page 13

## 従業員とのつながり

働きやすい職場づくり ▶ page 12

主な寄付活動報告 ▶ page 16

## 株主様との つながり

ホスピタリティのある  
株主総会を通じて、  
株主様との「絆」を  
強める

▶ page 11

## お取引先様との つながり

お取引先様と  
公平・公正な関係を  
維持することを  
重視する

▶ page 11

### お客様への思い、商品へのこだわり



#### 化粧品開発へのこだわり

##### □ お客様のニーズにこだわる

2012年3月に発売したファンケルの新たな無添加スキンケア商品は、「素肌を純化するスキンケア」をコンセプトに掲げ、お客様一人ひとりの肌悩み別に6つのスキンケアラインをご用意しました。これらの商品には、それぞれの肌悩みに特化した美容成分を各ラインに配合し、お客様を強く美しい素肌へと導きます。



「無添加」の限りない  
可能性をもっと多くの  
お客様へ

化粧品事業部  
商品企画第三グループ  
畑本 尚孝

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/beauty/mutenka/>をご覧ください。

##### □ 価値ある商品の開発にこだわる

肌悩みの根本原因は肌ストレスにある—長年の研究によって、この事実をつきとめることができました。肌の「純化」を実現する成分「マルビジン含有花エキス」を配合したスキンケアは、この根本原因にしっかりと向き合うことで生み出された商品です。

成分だけでなく、肌への効果を実感していただけるよう、商品の使用感や容器にもこだわりました。



「キレイになっていた  
だきたい」との願いを  
込めて

化粧品研究所  
処方開発第一グループ  
小鷹 晶

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/laboratory/story/01.html>をご覧ください。

#### カプセルへのこだわり(サプリメント)

##### □ アスタキサンチン

ファンケルでは、粒の小型化や少量化など、サプリメントの「飲みやすさ」や「吸収率」を高めるためのさまざまな工夫を続けています。

例えば紫外線やストレスなど、サビによるダメージを受けやすい人のための「アスタキサンチン」については、有効量はそのままに、粒数の「一粒化」を実現しました。



アスタキサンチン  
サビによるダメージを受けやすい人向け

##### □ コエンザイムQ<sub>10</sub>

エネルギーづくりをサポートする「コエンザイムQ<sub>10</sub>」では、体内ですばやく溶ける植物由来カプセルを使った「液体ハードカプセル」を採用しました。また「コエンザイムQ<sub>10</sub>」をナノレベルまで微粒子化し、水に触れるとサッと混ざり合うファンケル独自の技術「微細乳化製法」の採用により、体内での吸収効率を改善しました。



コエンザイムQ<sub>10</sub>  
エネルギーづくりをサポート

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/health/product/supplement/>をご覧ください。



## お客様の立場にたった接客・応対

### テレコミュニケーターの質的向上

ファンケルでは、商品に関するものから、受注やお問合わせに至るまで、お客様からいただくあらゆるご相談に一人で対応できるコンシェルジュのようなサービスを目指し、テレコミュニケーターを養成しています。

商品の専門知識と幅広い業務スキルを兼ね備えたテレコミュニケーターを増やすことで、お客様満足度の向上とサービス品質の向上を実現します。



お客様のパーソナル  
なお悩みに、丁寧に  
お答えします

美容・健康相談部  
美容相談グループ  
野田 あさ子

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/contact/> をご覧ください。



を使用して、より詳細にお肌をチェックし、「素肌の純度」の高い美しい肌へと導くお手入れ方法をご案内しています。

▶ 店舗情報の詳細は、<http://www.fancl.jp/shop/> をご覧ください。

### 「FANCL総合サイト」がオープン

2012年3月20日、ブランドコミュニケーション戦略の本格始動に合わせて、ファンケルでは無添加の新しい世界観を発信する「FANCL総合サイト」(<http://www.fancl.jp>)をオープンしました。

今後は「総合サイト」「ショッピングサイト」「キャンペーンサイト」を駆使し、それぞれの特徴を活かしたWeb展開を実施します。



### 店舗でのカウンセリングサービス

「肌ストレスの受けにくさ」と「肌ダメージの度合い」から「素肌の純度」を判定し、最適なスキンケアをご案内するファンケル独自の「素肌純度チェック」。店舗では専用機器

## TOPICS 東日本大震災 被災地への支援活動

お客様とともに、  
被災地の復興に尽くす(まごころメール)



海外営業推進部 海外営業グループ 黎 嘉欣  
(2012年3月までCS推進グループにてメール対応を担当)

ファンケルでは、震災にかかる被災地支援活動(P13参照)の一環として従業員が被災地を訪れる前に、周辺にお住まいのお客様宛にEメール(まごころメール)\*で、ボランティア活動のご案内を行っています。

お客様からの反響も大きく、メールをご覧になったお客様から感謝のメッセージやプレゼントを多数いただきました。今後も、被災地支援活動が続く限り、「まごころメール」を送り続けます。

※過去にファンケルとEメールのやり取りをしたことのあるお客様に、被災地訪問の1週間前に配信

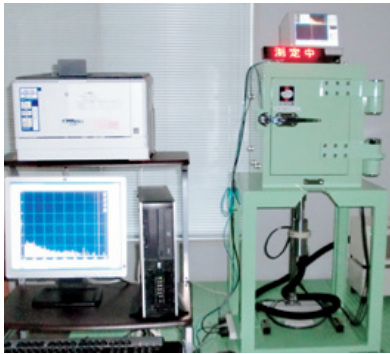
### 安心・安全な商品をお届けする

#### 放射能の分析管理

東日本大震災以降、ファンケル商品の放射能汚染を心配する声が多くなりました。当初は外部の検査機関に測定を依頼していましたが、迅速性の面で課題を感じていました。

お客様の安心・安全を迅速に確保したい—そうした想いが募り、ファンケルでは自社で放射能測定装置を購入し、自ら定期的に化粧品・健康食品の放射能測定検査\*を行うこととしました。

\* グループ会社の(株)品質安全研究センターにて2011年9月12日より実施

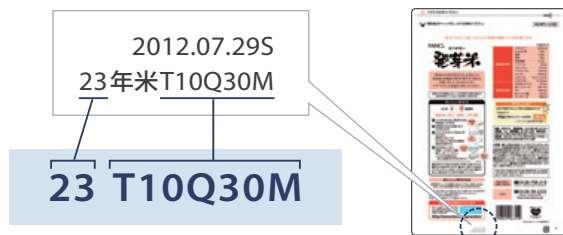


ゲルマニウム半導体検出器(放射能測定)

▶ 品質方針の詳細は、<http://www.fancl.jp/company/about/guideline/>をご覧ください。

#### 発芽米のトレーサビリティ

ファンケルでは、発芽米を毎日安心してお召し上がりいただけるよう、トレーサビリティシステムを導入しています。これは、原料となったお米に関するさまざまな情報を、いつでもお客様ご自身がインターネットでご確認いただける情報公開システムです。このシステムを通じて、産地と品種、収穫年など、さまざまな情報をご確認いただけます。



この情報を「発芽米あんしん自己紹介」というサイトに入力すると、産地等の情報をご確認いただけます。

▶ 詳細は、<http://www.fancl.co.jp/anshin/>をご覧ください。

#### 安心・安全な商品づくり、

#### サービスにお客様の声を活かす

ファンケルでは「お客様の声」を大切にしています。商品やサービスに関してお客様から頂戴するさまざまなご意見は「ヤッホーシステム」というお客様の声を共有するシステムに蓄積し、翌日には全従業員が閲覧可能となります。また、お客様の声をまとめた「週間トピックス」を毎週全従業員に配信しているほか、社長主催のCS委員会でも協議し、商品・サービスの向上に役立てています。

#### 工場見学の実施で、お客様が安心・安全を確認

お客様にファンケルのものづくりを知っていただくため、一般向けの工場見学を積極的に実施しています。

ご来場のお客様には、ファンケルのものづくりへのこだわりの様子を、目で見て肌で感じていただけるよう心掛けています。



千葉工場の見学

#### TOPICS 災害からお客様の情報を守る

東日本大震災によって、電力が行き届かないことにより社会が受けるダメージがいかに大きいものであるかを思い知らされました。ファンケルでは、災害による停電や計画停電の影響で自社のコンピューターシステムに不具合が生じないように、データセンターを3カ所に分散しています。この度の災害発生を踏まえて、停電から復旧までの対応をマニュアル化することで、リスク管理の強化にも取り組みました。



※写真はイメージです



## ホスピタリティのある株主総会を通じて、株主様との「絆」を強める

## 第31期定時株主総会・懇親会の開催

株主総会は、株主様と直接対話できる絶好の機会です。ファンケルではこうした考えのもと、より多くの株主様にご参加いただけるよう、1998年以降、株主総会と懇親会を土・日曜日に開催しています。



第31期定時株主総会、懇親会会場

株主総会・懇親会では、従業員によるホスピタリティに力を注いでいます。例えば懇親会の企画・司会進行・運営を従業員が担当し、商品・サービスを実感していただく場として活用しています。なお2011年の株主総会・懇親会では354名の従業員が参画し、株主様をお迎えました。



株主様との絆をつくり上げるのは、従業員のホスピタリティです

総務部  
総務グループ  
蓑野 敏幸

## お取引先様とのつながり

## With Business Partners

## お取引先様と公平・公正な関係を維持することを重視する

## 「独占禁止法※1」「下請法※2」に関する講習会

ファンケルは、お取引先様と公平・公正な関係を維持することを重視しています。

2011年1月からは、独占禁止法・下請法の講習会をグループ全事業所を対象に実施し、2012年3月までに、450名を超える従業員が受講しました。

講習会では、下請法の基礎知識をはじめ、独占禁止法「優越的地位の濫用」等、法令に関する内容や、公正取引委員会の最新ニュースリリースを用いた具体的な勧告事

例の説明を、わかりやすく行いました。受講者からは、「お取引先様との接し方について理解が深まった」という声や、「自身の取引行為を見直す良いきっかけになった」との声も多く聞かれました。

購買部門においては、継続的に公正取引委員会主催のセミナーに参加するなど、最新の情報収集に努め、引き続き社内における取引適正化の推進を行っていきます。

※1 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律  
※2 下請代金支払遅延等防止法



お取引先様情報サイト

▶ お取引先様情報の詳細は、<http://www.fancl.jp/company/csr/supplier/>をご覧ください。



大切なことは、お取引先様との共存・共栄を図ることです

総務部  
購買グループ  
小峰 雄平

### 働きやすい職場づくり

#### 従業員の心と身体の健康への支援

##### □ 心の健康

ファンケルでは2004年10月より、「従業員支援プログラム(EAP)」として、会社を通さずに社外の専門スタッフにカウンセリングを受けることができる仕組みを導入しています。2011年度からは、心身両面からの相談体制をサポートするカウンセリングサービスを強化・拡大しています。



#### 従業員の心と身体の健康づくりをお手伝いします

人事企画グループ  
保健師  
根矢 美鈴

##### □ ヘルプライン

「ヘルプライン」は、組織的・個人的な法令違反やファンケルグループコンプライアンス基準に違反する行為を早期に発見し、是正を図ることを目的に設置したものです。

窓口は2つあり、内部窓口は法務部門責任者が、外部窓口は専任弁護士が担当しています。ヘルプラインを通じ、グループ会社の従業員からのさまざまな通報や相談を受けることで、コンプライアンス違反をいち早く察知し、不祥事に対する牽制を図っています。

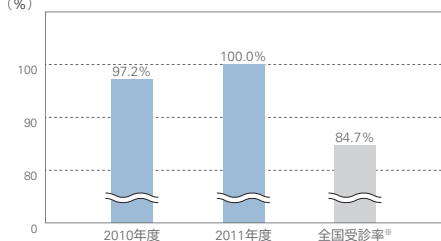
##### □ 健康増進支援

従業員の健康増進のための支援としては、健康診断結果に基づく相談のほか、2011年度からは禁煙支援活動を開始しました。また、女性特有の疾患予防についてのサポートも行っています。

このほか、従業員の健康障害防止のために、時間外勤務に関しても本人および職場へ適切な助言・指導を行っています。

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/csr/employee/>をご覧ください。

ファンケル単体正社員の健康診断受診率 (%)



※ 全国受診率：厚生労働省「労働者健康状況調査」

#### ダイバーシティ(多様な人材の活用)

人材の活用については、ダイバーシティの観点から21名の外国籍の人材を雇用しているほか、ファンケルらしい取り組みも行っています。

例えば、ファンケル本社に設置された「喫茶コーナー」では、定年退職をした12名の従業員OBと特例子会社「(株)ファンケルスマイル」の従業員が勤務し、お客様や休憩中の従業員向けに、コーヒーや青汁などの販売を行っています。この喫茶コーナーでは、現役従業員が従業員OBから体験談を聞くなど「交流の場」として利用されています。



本社喫茶コーナー勤務の従業員

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/csr/employee/02.html>をご覧ください。

#### ワークライフバランス(仕事と生活の調和)

##### □ 社会貢献休暇制度

ワークライフバランスを実現するための施策として、ファンケルには「社会貢献休暇制度」というプログラムが用意されています。これは、年次有給休暇とは別に取得することができる「社会貢献のための特別有給休暇制度」です。

東日本大震災を機に、より多くの従業員が、より長い期間被災地支援活動(P13参照)に参加できるよう、この制度の見直しを図りました。

その結果、のべ205名(2012年3月31日現在)の従業員が被災地支援活動に参加することができました。



#### 支援活動への参加を後押ししてくれる制度に感謝します

ファンケルボイス  
五十嵐 知枝美

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/csr/employee/03.html>をご覧ください。

## 従業員参画型の社会貢献活動を推進

### ファンケルクラシック

「シニアの元気が日本の元気」をテーマに、2001年よりPGAシニアゴルフトーナメント「ファンケルクラシック」を主催しています。2011年8月の第11回大会は、2万人を超えるギャラリーが集まるなか、東日本大震災復興支援チャリティトーナメントと位置づけて大会を運営しました。



第11回ファンケルクラシックチャリティ募金

### ファンケルセミナー

高校卒業前の養護学校の生徒、地域の高齢者施設やケアプラザの利用者などを対象に「ファンケルセミナー」を展開しています。

講師は原則、ファンケルグループの従業員が行います。2011年度は51回のセミナーを開催し、164名の従業員が参加。のべ1,152名の受講者から大好評をいただきました。



「身だしなみセミナー」の様子



皆さんのうれしそうな  
笑顔で私も元気になり  
ます

安全性品質研究センター  
皮膚科学グループ  
吉野 崇

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/csr/social/03.html>をご覧ください。

### 訪問の家

ファンケルは、横浜市にある社会福祉法人「訪問の家」\*と、20年以上にわたる交流を続けています。

訪問の家主催のチャリティイベントへの参加や、通所者・ご家族・職員を招いての食事会など、ファンケルグループの従業員と、障がい者の方々との貴重な懇親の場となっています。

※訪問の家：日本初の重度・重複障がい者通所施設



第22回訪問の家とのお食事会

## TOPICS 被災地支援ボランティア

「美」と「健康」の商品と独自の技術で、東日本大震災で被災された方々の心と身体の健康を応援する「美と健康のSave the東北プロジェクト」を始動しました。具体的な活動は、2011年5月に実施した宮城県本吉郡南三陸町



被災地でのメイクサービス  
(岩手県陸前高田市)

にはじまり、2012年3月末までに38回を数えました。各地ではメイクサービス・ハンドマッサージ・青汁提供といった活動に加え、ガレキ撤去・家屋の片付け・炊き出し応援なども行いました。この活動は2012年度においても継続して取り組んでいます。



人との「つながり」  
の大切さを  
実感しました

サプリメント事業部  
商品企画第二グループ  
相澤 君恵

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/information/kizuna/volunteer.html>をご覧ください。



## 再生可能エネルギーの普及や水資源の確保に取り組む

# 太陽

太陽光で年間407,090kwhの  
電力を生みだしました

(株)ファンケル美健 滋賀工場

ファンケルは2011年2月より、ファンケルグループの化粧品製造拠点である(株)ファンケル美健滋賀工場(滋賀県蒲生郡)に、滋賀県では最大規模となる太陽光発電システムを導入しました。2011年度は、このシステムを通じて年間407,090kwhの発電を行い、119.7tのCO<sub>2</sub>排出量削減に貢献しました。

滋賀工場は、太陽光発電システムの導入や液化天然ガスへの切り替えにより、地球環境に配慮した工場施設の実現を目指しています。



(株)ファンケル美健滋賀工場 太陽光発電システム

# 森

森を守り、水資源を守っています

FANCLスマイルフォレスト

道志川は横浜市の水源のひとつです。ファンケルでは水源エコプロジェクトとして、健康な森をつくることを目的に、道志川の水源地である山梨県南都留郡道志村の水源かん養林「道志の森」の整備に取り組んでいます。

約5.6haの森林を擁する森を「FANCLスマイルフォレスト」と名付け、2010年から森林の整備を続けています。ちなみに「FANCLスマイルフォレスト」は、1年間に19.9tのCO<sub>2</sub>を吸収しています。



山梨県道志村「FANCLスマイルフォレスト」

# 風

年間240,150kwhの電力を  
風力発電でまかないました

横浜市風力発電事業への協賛

ファンケルグループは、自然エネルギーの利用促進や地球温暖化対策の一環として、横浜市が推進している風力発電事業に「Y(ヨコハマ)ーグリーンパートナー」として、2007年より協賛しています。事業を通じて発電された電力の一部は、ファンケルボイス(ショップやカフェを併設したコミュニケーションスペース:横浜市中区)の電力として使用しています。



横浜市 風力発電事業



ファンケルボイス(横浜市中区)



## 企業と家庭の双方が進めるユニークなエコ活動

## 事業活動を通じた排出抑制

- ・2011年度のグループのCO<sub>2</sub>排出量:  
11,429t (前年度比93%、△899t)
- ・設備投資(LED、フィルム等)で、オフィス、工場で夏の節電対策15%以上削減を達成(最高電力使用量:本社25%削減)
- ・店舗のリニューアルでのCO<sub>2</sub>排出量を17.7t/店を削減
- ・販売予測精度の向上と在庫管理で廃棄物が大幅削減。2011年度の廃棄量76.4t(前年度差:△5.2t)

## 家庭での排出抑制

- ・従業員の家庭での水道光熱費の削減を評価する「ECOチャレンジ」を継続的に実施。
- ・2011年度は、年間、のべ640名が家庭のエネルギー削減に貢献(CO<sub>2</sub>排出量を48t削減)



家庭での省エネ

## 各事業所での再資源化

- ・長野工場、関東物流などのダンボール再資源化(290t)
- ・滋賀工場のゴミを21に分別(32tをリサイクル)
- ・廃油回収によるバイオ燃料化(1,000ℓ)
- ・古紙回収による再資源化(166t)
- ・店舗ユニフォームの再資源化(0.5t)
- ・廃プラスチックのコークス代替原料活用(112t)
- ・ペットボトルのキャップ回収(エコキャップ運動参加)(0.5t)



キャップの回収



リサイクル繊維で作られた店舗ユニフォーム

Reduce  
(排出抑制)

3R

従業員参画型の  
エコ活動Recycle  
(再資源化)Reuse  
(再使用)

## 従業員の私物を再利用

- ・文房具類の再利用
- ・従業員の家庭にある男性用古着を回収し、認定NPO法人「さなぎ達」へ寄付
- ・従業員から使用済の水引を回収し、社会福祉法人「訪問の家」へ寄付。再度、ご祝儀袋の装飾として活用



男性用古着の回収

## 野球用具の再利用

- ・報知新聞社主催の野球教室「ファンケルキッズベースボールチャレンジ」(当社が特別協賛)にて、使用しなくなった野球用具を回収し外国や国内の地域へ寄贈
- ・2011年度は5会場で実施。2,797点の野球用具を寄贈



野球用具を受け取ったブラジルの子どもたち

▶ 詳細は、<http://www.fancl.jp/company/csr/environment>をご覧ください。

## 従業員一人ひとりの環境活動を高く評価(「かながわ地球環境賞」受賞)

「かながわ地球環境賞」は、地球環境保全に向けた実践的な活動を行う個人・企業・団体を評価し、表彰するものです。



(右) 黒岩祐治 神奈川県知事  
(左) 宮島和美 代表取締役 会長執行役員

ファンケルは2012年3月、平成23年度の「かながわ地球環境賞」を受賞しました。

これは、会社と家庭での3R活動を積極的に推進した実績が高く評価されたものです。

今後も安心・安全な商品づくりを進めるとともに、地球環境に配慮した企業活動を続けていきます。



従業員全員で取り組んだ  
成果が結実

総務部  
CSRグループ 鹿山 憲一

2011年度における主な寄付活動は、以下のとおりです。

項目	寄付金額	寄付先
お客様のポイント寄付	16,493,565円 <sup>※1</sup>	公益社団法人日本フィランソロピー協会 日本赤十字社(被災地支援)
株主様の寄付(株主優待)	3,333,000円	日本赤十字社(被災地支援)
従業員による寄付活動「もっと何かできるはず基金」 <sup>※2</sup>	4,400,000円 <sup>※3</sup>	公益社団法人日本フィランソロピー協会 ほか11団体
ファンケルクラシック基金	3,969,881円 <sup>※4</sup>	岩手県災害義援金募集委員会事務局 宮城県災害対策本部 福島県災害対策本部

### <その他の東日本大震災関連の寄付活動>

義援金	50,000,000円
従業員による募金	4,627,948円
直営店舗のお客様からの募金	249,988円 (2012年7月3日まで継続中)

※1 ファンケル 14,743,881円、アテニア 1,749,684円

※2 全従業員の22%が参加

※3 会社からのマッチングを含む

※4 2011年8月実施

## 第三者意見

このレポートにおける情報の質や内容に対してどのような評価や要望があるのか、第三者の方にご意見をいただきました。

このご意見を深く受けとめ、次年度以降のレポート制作へ活かしていきます。

「もっと何かできるはず」。胸に響くこの言葉にあるように、未曾有の大震災に見舞われ、復興や環境・社会問題などの課題が立ちはだかる今、日本に住む私たちや企業はとても大きな役割と責任を担っています。

2012年のレポートでは、「不」の解消を目指しお客様とともに歩む姿、従業員とともに成長していこうという想いがあふれており、個々を尊重しつつも団結力が感じられます。放射能の分析管理や発芽米のトレーサビリティなど、お客様の立場にたった安心・安全につながる対応、個人の成長を会社の成長と結びつけた人事制度の導入、従来のエコ活動や「社会貢献休暇制度」による被災地支援活動への後押しなど、従業員一人ひとりの想いを具現化するためのサポート体制がなされ評価できます。

一方、CSRの視点で見ると、従業員参加型に重点が置かれているので、グローバルに展開する企業としての実際の製造過程や拠点、お取引先様など、本業を通じた部分での環境負荷や社会的側面の要素をしっかりと検証・評価することで、持続的な成長につながっていくのではないかと思います。

「原点を見つめ進化すること」。従業員もお客様もこれから先ファンケルに携わる人々が、感動ある美しい日々を送るために。ファンケルの価値観がより浸透し、純化された事業が展開されていくことを期待しています。



山口 真奈美

(Manami Yamaguchi)

株式会社FEM 代表取締役

株式会社Control Union Japan 代表取締役

環境や社会に配慮したライフスタイルの提案を軸に、環境・CSR・認証に関する活動を手掛ける。Control Union (本部オランダ)は約60カ国で展開する国際的な認証機関であり、オーガニックの農業や繊維・森林・フェアトレードなど分野は多岐にわたる。

経済学&学術修士。環境ビジネス総合研究所理事長。他NPO理事等を兼任。

<http://www.f-em.jp/>

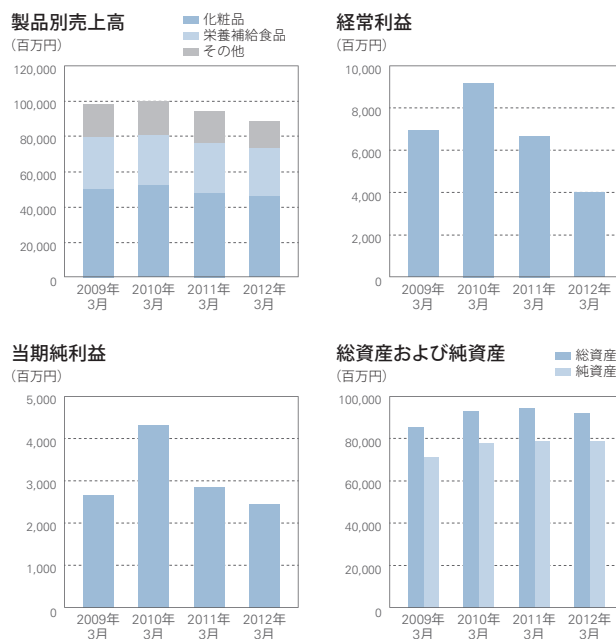
<http://controlunion.jp/>

# ファンケルグループの概要

## 会社概要 (2012年3月31日現在)

会社名	<b>株式会社ファンケル</b> (FANCL CORPORATION)
所在地	神奈川県横浜市中区山下町89-1
電話番号	045-226-1200(代表)
代表者	代表取締役社長執行役員 成松 義文
設立年月日	1981年8月18日
資本金	10,795百万円
従業員数	726名 ※パート・委託は除く
研究所	総合研究所(神奈川県横浜市内戸塚区)
主な取引銀行	三菱東京UFJ銀行 みずほコーポレート銀行 三井住友銀行

## 財務ハイライト(連結)



## 役員 (2012年3月31日現在)

代表取締役 会長執行役員.. 宮島 和美	取締役..... 飯田 順二	執行役員..... 矢崎 光子
代表取締役 社長執行役員.. 成松 義文	取締役..... 柳澤 昭弘	監査役(常勤)..... 篠沢 利夫
取締役 常務執行役員..... 島田 和幸	社外取締役..... 池田 憲人	社外監査役(常勤)..... 飛鳥 章
取締役 常務執行役員..... 村上 晴紀	執行役員..... 炭田 康史	社外監査役(非常勤)..... 小関 勝紀
取締役 執行役員..... 須釜 憲一	執行役員..... 重松 典宏	社外監査役(非常勤)..... 前田 正子
取締役 執行役員..... 山岡 万佑子	執行役員..... 保坂 嘉久	
取締役 執行役員..... 鶴崎 亨	執行役員..... 西 由行	

## ファンケルグループの歩み

- 1980年 4月 ファンケル化粧品を創業。化粧品の通信販売を開始。
- 1981年 8月 ジャパンファインケミカル販売株式会社(現 株式会社ファンケル)を設立。
- 1989年 2月 株式会社アテナアを設立。“高機能・高品質・低価格”をコンセプトにしたアテナア化粧品の販売開始。
- 1991年 9月 株式会社ファンケル美研 流山工業団地内に新工場(現 株式会社ファンケル美健 千葉工場)完成。
- 1994年 2月 栄養補助食品の通信販売を開始。
- 1997年 7月 インターネットサイトでの商品注文受付を開始。
- 1999年 8月 発芽玄米事業を開始。
- 1999年 12月 東京証券取引所市場第一部上場。
- 2000年 8月 青汁事業を開始。
- 2001年 12月 本社機能を神奈川県横浜市中区山下町に移転。
- 2003年 4月 銀座5丁目に「ファンケル 銀座スクエア」オープン。
- 2005年 10月 株式会社ファンケル美健 横浜工場が健康補助食品GMP適合認定証を取得。
- 2008年 7月 ニコスタービューテック株式会社(連結子会社)を設立。
- 2008年 8月 千葉県柏市に関東物流センターを設置。8カ所の物流拠点を1カ所に集約。
- 2009年 7月 エステ事業を展開する株式会社ノイエスの子会社化。
- 2010年 10月 東京国際空港国際線旅客ターミナル免税エリアにコーナー出店。
- 2012年 3月 化粧品事業をリブランディング。



このレポートに関するお問合せ先

## 株式会社ファンケル

〒231-8528 神奈川県横浜市中区山下町89-1  
CSR推進事務局  
TEL: 045-226-1518 FAX: 045-226-1203  
E mail: csr\_promote@fancl.co.jp

### 編集方針

本レポートは、ファンケルグループの理念、事業活動、商品・サービスなどについて記載しています。読み手視点で「わかりやすさ」に配慮し、事業活動におけるステークホルダーの皆様とのかかわりを報告しています。今後もより一層、積極的に情報を提供していきたいと考えています。ファンケルグループのCSR活動を推進していくために、皆様からご意見・ご感想をいただきたく、巻末のアンケートはがきへのご協力をお願い申し上げます。ファンケルグループのCSRに関する情報開示は、ステークホルダーの皆様にCSRの取り組みをお伝えするため、ホームページ、ファンケルレポートなどを通じて、積極的な情報開示に努めています。

- 対象組織：株式会社ファンケルおよびファンケルグループ  
※環境負荷データの集計は海外のグループ各社などを除くファンケルグループ6社を対象としています。
- 対象事業：化粧品事業および健康事業ほか
- 対象期間：2011年度(2011年4月1日～2012年3月31日)  
※対象期間外の活動内容については、時期を明示して記載しています。



この報告書は、植物油インキを使用して印刷しています。

CSRに関する詳細情報は、Webでも公開しています。  
<http://www.fancl.jp/csr/>